



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan praktik kerja magang di PT Cerdas Digital Nusantara (Cakap) dalam kurun waktu tiga bulan ditempatkan pada divisi *Event Management Internship* dan selama itu pula penulis di bimbing oleh Rismanto Salim selaku *Event Coordinator and Public Relation*. Penulis juga melakukan koordinasi dengan *Head Of Marketing* dari Cakap yaitu Bu Reancy dalam melakukan perencanaan *event management* di PT Cerdas Digital Nusantara (Cakap). Di dalam divisi *Event Management Internship* selain membuat perencanaan *event*, penulis juga ikut membantu di dalam *partnership* dengan beberapa sponsor yang akan bekerja sama untuk menyelenggarakan *event* tersebut.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama tiga bulan penulis melakukan praktik kerja magang, berikut adalah rincian kegiatan yang dilakukan oleh penulis:

Tabel 3.1: Rincian Kerja Magang – *Event Management Internship*

Minggu ke-	Jenis Pekerjaan yang dilakukan Mahasiswa
1	<ul style="list-style-type: none">a. Mempelajari produk – produk dan prosedur dari perusahaan Cakap.b. Mempersiapkan perlengkapan dan izin untuk event.c. Menjadi penanggung jawab di <i>event Edutech 2020</i> di JCC.

2	<ul style="list-style-type: none"> a. Merencanakan <i>event</i> untuk ulang tahun Cakap yang pertama. b. Mencari vendor <i>event</i>. c. Membuat daftar (<i>listing</i>) data <i>venue</i> untuk melaksanakan <i>event</i>. d. Mengadakan rapat dengan Kepala sekolah terkait <i>Cakap Goes To School</i>. e. Melakukan riset <i>venue</i> terkait <i>event</i> Cakap
3	<ul style="list-style-type: none"> a. Menjadi penanggungjawab <i>booth</i> Cakap di <i>event</i> Satu Dekade Mata Najwa bersama Narasi.TV. b. Memonitori <i>brand activation</i> yang dilakukan Mustang FM. c. Membantu membuat konten Tiktok Cakap d. Melakukan riset <i>venue</i>
4	<ul style="list-style-type: none"> a. Mencari <i>rate card</i> dari <i>Influencer</i> dan musisi terkait <i>event</i> Cakap b. Mengadakan rapat dengan manajemen <i>venue</i> terkait <i>event</i> Cakap c. Melakukan rapat dengan <i>vendor</i>.
5	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan riset <i>venue</i> terkait <i>event</i> dari Cakap. b. Menjadi penanggung jawab <i>event</i> Ramah Tamah Dan Diskusi Interaktif Finalis Ilmupedia di Hotel Grand Sahid, Jakarta.
6	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan rapat dengan tim <i>Marketing Communications</i> terkait program CSR dari Cakap yaitu <i>Cakap Goes To School</i> (CGTS) b. Mencari data nama-nama sekolah terkait <i>Cakap Goes To School</i>. c. Membantu membuat konten Tiktok Cakap.
7	<ul style="list-style-type: none"> a. Membantu tim <i>partnership</i> terkait kerjasama dengan Cakap. b. Membantu membuat konten untuk media sosial Cakap terkait wabah Covid-19.

8	a. Membantu membuat jadwal untuk sekolah yang mengikuti CGTS. b. Membantu membuat konten Tiktok Cakap. c. Melakukan riset <i>event</i> virtual CGTS.
9	a. Menjalankan <i>event</i> virtual CGTS. b. Membuat daftar (<i>listing</i>) nama – nama Ustadz terkait dengan program Ramadhan Cakap. c. Memonitori program Cakap <i>Hoteliers Club</i> .
10	a. Membantu membuat konten Tiktok Cakap <i>work from home</i> . b. Membuat daftar (<i>listing</i>) program acara Ramadhan.
11	a. Memonitori program Cakap <i>Hoteliers Club</i> b. Menjadi penanggung Jawab CGTS <i>online</i> .
12	a. Menjadi penanggung Jawab CGTS <i>online</i> .

Tabel 3.2 *Timeline* pekerjaan yang dilakukan

No	Pekerjaan	Feb				Mar				Apr			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<i>Event Management</i>												
2	<i>Brand Activation</i>												
3	<i>Social Media Content</i>												
4	<i>Event Administration</i>												

Sumber: Data Olahan Penulis

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1. *Marketing Communication*

Menurut Kotler & Keller (2009, p. 172) *Marketing Communication* adalah sarana untuk perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Intinya *Marketing Communication* mempresentasikan suara perusahaan dan produknya serta sarana untuk perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen, dalam hal ini yaitu pengguna aktif aplikasi. Di PT Cerdas Digital Nusantara, peran *Marketing Communication* tercakup di dalam divisi *Marketing and Partnership*. Selanjutnya divisi terkait juga membuat perencanaan pemasaran untuk setiap bulannya dengan ide pemasaran yang inovatif dan didasarkan pada evaluasi pemasaran di bulan sebelumnya. Dalam praktik kerja magang penulis ikut membantu dalam membuat perencanaan promosi *fitur terbaru* dan dilibatkan langsung ketika bertemu dengan *partner* kerja perusahaan untuk membuat sebuah kesepakatan.

3.3.2. *Event Management*

Menurut Noor Any (2013, p. 8) *event* diartikan sebagai salah satu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu maupun kelompok (perusahaan) yang terikat. Diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat pada waktu tertentu. Selanjutnya dalam menyelenggarakan sebuah *event* yang menarik harus memiliki beberapa karakteristik dalam penyelenggaraanya, antara lain:

a. *Uniquenesses*

Kunci utama suksesnya sebuah *event* adalah pengembangan ide sehingga *event* memiliki keunikan tersendiri. *Event* dengan warna yang berbeda, tidak akan mudah untuk dilupakan oleh *target audience*. Keunikan dapat berasal dari peserta yang ikut serta, lingkungan sekitar, pengunjung pada *event* tersebut serta beberapa hal lainnya sehingga membuat *event*

menjadi unik dan berbeda dari yang lainnya. *Event* Cakap yang diselenggarakan oleh tim *event management* sendiri bukan hanya *event* seperti pada umumnya. *Event* yang kami ikuti maupun kami selenggarakan yaitu *event* pendidikan. Tim *event management* membuat sebuah *games* tebak kata dengan bahasa asing. Peran dari penulis sendiri membantu menentukan tema, dan membuat peraturan tentang cara bermain *games* tersebut.

b. Perishability

Yang dimaksud dengan *perishability* adalah kemungkinan terjadinya *event* yang tidak sesuai dengan rencana atau acara tidak hidup sehingga kurang memuaskan. Apabila *event* tidak dikemas dengan baik maka target-target yang ingin dicapai di acara tersebut tidak akan tercapai. Di Cakap sendiri, ketika *event* yang dilakukan tidak sesuai dengan rencana, Cakap melakukan *event planning*. *Event planning* yang dilakukan Cakap yaitu saat *pra-event* tim dari *event management* melakukan riset *venue* dan *vendor* yang akan bekerja sama dengan Cakap. Peran yang dilakukan peserta magang yaitu mengikuti rangkaian rapat dengan calon *venue* dan *vendor*.

c. Intangibility

Setelah menghadiri *event*, yang tertinggal di benak pengunjung adalah pengalaman yang mereka dapatkan dari penyelenggaraan *event*. Bagi penyelenggara hal ini merupakan tantangan untuk mengubah bentuk pelayanan *intangible* menjadi sesuatu yang berwujud sehingga sekecil apapun wujud yang digunakan dalam *event* mampu mengubah persepsi pengunjung. Seperti penggunaan *audio visual* yang berkualitas yang akan selalu diingat oleh pengunjung *event*. Di setiap *event* yang cakap.com, visitor akan mendapatkan kenang-kenangan berupa aksesoris resmi dari cakap.com kemudian *visitor* juga mendapatkan sebuah “*free trial*” selama satu hari penuh untuk menggunakan aplikasi cakap.com untuk belajar bahasa asing.

d. Personal Interaction

Personal interaction merupakan salah satu karakteristik yang penting pada saat *event* berlangsung. Pengunjung yang datang pada suatu *event* juga memiliki peran yang besar terhadap suksesnya *event*. Sebagai contoh, keterlibatan aktif penonton pada *event* konser musik dimana penonton dilibatkan untuk bernyanyi sehingga mereka berkontribusi pada terselenggaranya *event* tersebut. PT Cerdas Digital Nusantara hingga saat ini sudah membuat rangkaian *event* hampir di seluruh sekolah ternama di Jakarta, dengan melihat sebuah presentasi keberhasilan siswa di sekolah tersebut yang masuk ke Perguruan Tinggi Negeri (PTN), tentunya cakap.com perlu untuk menjadi teman sekaligus pembimbing yang baik untuk belajar bahasa asing siswa yang akan menjadi mahasiswa.

Selanjutnya, yang terpopuler adalah kerja sama dengan Telkomsel saat merayakan Satu Dekade Mata Najwa dengan Narasi.tv terkait penyelenggaraan *event*. PT Cerdas Digital Nusantara (cakap.com) mendapatkan sebuah *engagement* besar dari para siswa yang hadir hal. Selain itu juga *event* tersebut untuk mendapatkan *revenue* dan lebih memperkenalkan aplikasi cakap.com kepada *target market* yang dituju.

Gambar 3.1

Event bersama Telkomsel di Satu Dekade Mata Najwa oleh Narasi TV



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3.2

***Event Ramah Tamah Dan Diskusi Interaktif Finalis Ilmupedia Bersama
Telkomsel***



Sumber: Dokumentasi Penulis

Selain itu, PT Cerdas Digital Nusantara juga membuat program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang bernama CGTS yaitu kependekan dari *Cakap Goes To School* yaitu *sharing* dan pengenalan fitur-fitur terbaru di dalam aplikasi cakap.com dan memberikan pembelajaran bahasa asing ke sekolah-sekolah tanpa dipungut biaya, Sekaligus juga sebagai cara perusahaan dalam

mendapatkan *awareness* dan tentunya pendaftar baru. Acara CSR tersebut terfokus di Sekolah Menengah Atas yang berada di Jabodetabek. CSR ini diadakan kurang lebih di 50 Sekolah Menengah Atas yang dimulai pada awal Maret dan selesai di akhir Juni 2020. Target peserta yang disasar adalah pelajar yang masih menempuh pendidikan belajar mengajar di sekolah.

Dalam melakukan kerja magang, kontribusi penulis meliputi *Event Management* melakukan pengelolaan *event* terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui dengan menggunakan konsep pelaksanaan *event management* menurut Goldblatt (2002) di dalam buku Pudjiastuti (2010, p. 39).

3.3.3. Pelaksanaan *Event Management*

Konsep Management Event yang dikemukakan oleh Goldblatt (2002) dalam buku Wahyuni Pudjiastuti yang berjudul *Special Event*. Terdapat lima tahap yang harus dilakukan untuk menghasilkan *special event* yang efektif dan efisien, yaitu riset, perencanaan, desain, koordinasi, dan evaluasi (Pudjiastuti, 2010, p. 39).

a. Riset

Menyelenggarakan acara atau biasa disebut dengan *event* baik *offline* maupun *online* merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian publik dan *awareness* terhadap perusahaan. Sebelum *event* dieksekusi tentunya diperlukan sebuah riset atau penelitian yang perlu dilakukan. Dalam *Event* bersama Narasi.TV tersebut penulis mencari informasi terkait hal-hal yang terkait dengan *marketing tools* ketika melaksanakan *event* tersebut. Selanjutnya, yang dilakukan penulis yaitu *survey* dan observasi ke *venue event*.

b. Perencanaan

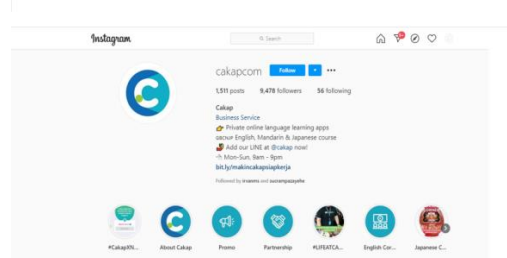
Kemudian setelah melakukan riset di *venue event*, penulis beserta tim membuat sebuah perencanaan yang diperlukan untuk membuat konsep serta ide yang akan dilakukan dalam *event* tersebut dan pembagian *job desk* antar divisi. Kemudian penulis membuat susunan acara serta durasi kegiatan untuk

pelaksanaan *event*. Penulis ditempatkan di dalam divisi *Production and Marketing Event*.

c. Desain

Selanjutnya agar sebuah *event* diketahui masyarakat luas maka sebuah *event* harus melakukan sebuah publikasi dan sosialisasi *event*. Penulis diminta untuk membuat sebuah template desain konten dasar untuk diposting di media sosial *Instagram* Serta poster *print out* untuk dibagikan yang bertujuan untuk memberi informasi kepada khalayak luas bahwa PT Cerdas Digital Nusantara akan mengadakan *event* yang sangat bagus bersama Narasi.tv sekaligus bertepatan dengan perayaan Satu Dekade Mata Najwa dari Narasi.tv. Dalam hal ini, penulis melakukan koordinasi dengan tim desain dan sosial media terkait pelaksanaan *event* yang dilakukan oleh cakap.com. Tim *event management* memberikan konsep desain dari *event* yang akan dijalankan ke tim desain di cakap.com

Gambar 3.3 Profil Instagram Cakap.com



Sumber: *Instagram @cakapcom*

d. Koordinasi Event

Dalam Satu Dekade Mata Najwa, Narasi.tv membuat sebuah *event* yang bertujuan mengedukasi anak-anak muda terutama menengah atas yang akan dalam menghadapi dunia kerja yang semakin membutuhkan berbagai *softskill* terutama dalam berbahasa asing, dengan keberadaan cakap.com sebagai platform belajar bahasa asing berbasis *online*, tentunya *event* tersebut sangat cocok untuk mendapatkan *awareness* lebih di tengah anak muda dan para pelajar.

Di awal acara penulis diminta untuk merekap ulang data peserta dan audience yang datang ke *booth* cakap.com serta mengarahkan tamu undangan untuk sekedar mendatangi dan mendapatkan *merchandise* dari cakap.com. Kemudian divisi *production* dituntut untuk tepat waktu dalam penyelenggaraan acara karena padatnya acara dan *audience* harus selalu *stand by* ketika ada kendala yang datang tidak terduga. Terakhir penulis berkoordinasi dengan vendor *booth* dan *equipment* untuk tidak telat dan tidak kurang peralatan ketika kendala terjadi. Penulis juga mengawasi dan menjaga area lingkungan acara sehingga meminimalisir terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan.

e. Evaluasi

Setelah *event* dilaksanakan, tentunya banyak sekali kendala dan hal-hal yang tidak terduga terjadi. Salah satunya yaitu ketidaksesuaian waktu acara dengan rundown karena cuaca yang tidak mendukung dan vendor yang telat hadir pada saat pelaksanaan *event*. Kendala-kendala tersebut disampaikan dan menjadi topik pembahasan ketika evaluasi yang dilakukan oleh perusahaan dan membuat kesimpulan untuk didiskusikan oleh tim kemudian diserahkan kepada supervisi untuk ditindak lanjuti sebagai bahan acuan perusahaan untuk membuat *event* berikutnya, apakah *event* serupa mampu mencapai target perusahaan yaitu menaikkan *awareness* 30% di tengah para siswa sekolah kemudian evaluasi juga menjadi tolak ukur perusahaan apakah dengan *event* mampu mendongkrak eksistensi cakap.com di era teknologi seperti saat ini.

3.4. Kendala Yang Ditemukan

Dalam menjalankan kerja magang di PT Cerdas Digital Nusantara ada beberapa kendala yang ditemukan. Dikarenakan keterbatasan pegawai di dalam divisi *Event Management* serta minimnya pengalaman penulis dalam membuat sebuah *event*, maka berdampak kepada:

- a. Pelaksanaan *event* yang kurang maksimal karena kekurangan sumber daya manusia dan kurangnya koordinasi dari atasan kepada bawahan.

- b. Keterlambatan *vendor booth* membuat acara menjadi tidak tepat waktu dan mengalami hal-hal yang tidak diinginkan seperti kurangnya konsumsi untuk para panitia dan pemotongan durasi waktu pada salah satu konten acara karena keterlambatan.
- c. Kendala dalam pelaksanaan tugas media sosial seperti keterlambatan materi publikasi dari divisi terkait serta kurangnya pengalaman penulis dalam membuat mengolah aplikasi *Photoshop* dan *Illustrator*.

3.5. Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan

Dalam membuat sebuah *event* tentunya diperlukan sebuah *research* dan survey yang mendalam agar mengetahui kelebihan dan kekurangan konsep *event* yang akan dibuat. Penulis telah membuat beberapa solusi untuk meminimalisasi kendalanya, yaitu:

- a. Melakukan komunikasi organisasi secara lebih mendalam yang dilakukan oleh bagian HR untuk membatasi *job description* yang lebih tepat.
- b. Koordinasi yang baik perlu dipersiapkan dengan para anggota agar tercipta komunikasi satu arah dan mengurangi adanya kesalahpahaman.
- c. Lebih aktif dan inisiatif dalam bertanya kepada pembimbing lapangan mengenai informasi dan kelengkapan data untuk membuat sebuah konten.
- d. Melakukan komunikasi yang lebih baik antara tim *event management* Cakap dengan vendor agar tidak terjadi keterlambatan dari tim vendor maupun tim dari Cakap